

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia telah memasuki era globalisasi dalam berbagai hal termasuk dalam bidang ekonomi. Terlebih dalam perkembangan dunia bisnis terjadi pertumbuhan yang sangat pesat. Dewasa ini bisnis properti menjadi bisnis yang banyak diminati oleh pengusaha. Menarik mencermati pertumbuhan bisnis properti, khususnya pusat belanja di tiga kota utama Jawa bagian tengah yakni Yogyakarta, Solo, dan Semarang (kompas.com, 2015). Terlebih di Kota Solo dalam beberapa tahun terakhir mengalami pertumbuhan pusat belanja yang pesat berupa mall. Daerah-daerah satelit yang berpenduduk padat serta memiliki daya beli yang tinggi membuat pembisnis properti tertarik mendirikan mall di Kota Solo. Mayoritas mall yang ada di Kota Solo menargetkan konsumen kelas menengah. Hal ini dapat dilihat dari jenis peritel yang berada di mall-mall yang beroperasi saat ini (kompas.com, 2015). Berbagai produk dari mancanegara mudah ditemui pada beberapa mall, sehingga kehadirannya dapat meramaikan jenis outlet yang ada pusat perbelanjaan. Beberapa mall yang dapat dikunjungi di Kota Solo diantaranya adalah Solo Grand Mall, Solo Square, Solo Paragon Mall, Hartono Mall Solo dan The Park Mall Solo.

Tak dipungkiri jika persaingan yang ketat antar mall merupakan dampak dari pertumbuhan pusat perbelanjaan yang semakin pesat. Perusahaan dituntut untuk mempertahankan posisi baik perusahaan agar tidak tergerus oleh persaingan. Sehingga perusahaan harus memiliki strategi untuk mengetahui

kebutuhan serta keinginan konsumen. Salah satu strategi yang dapat diterapkan agar tidak kalah dalam persaingan bisnis adalah dengan bauran pemasaran (*marketing mix*). Dalam bauran pemasaran terdapat variabel yang berpengaruh besar pada keberhasilan perusahaan yaitu promosi. Sehingga perusahaan harus menerapkan strategi promosi agar dapat bertahan dipasar. Terdapat berbagai strategi promosi yang dapat dilakukan oleh perusahaan, dimana kegiatannya semakin bervariasi sesuai dengan perkembangan zaman. Perusahaan yang melakukan strategi promosi akan lebih dikenal oleh masyarakat. Selain itu, strategi promosi juga dapat mengingatkan terhadap suatu produk, jasa maupun perusahaan agar tidak terlupakan dan terjaganya citra baik perusahaan dimata masyarakat.

Oleh karenanya Hartono Mall Solo (PT. Delta Merlin Dunia Properti) merupakan mall yang terbilang baru di Kota Solo, menerapkan strategi promosi agar dapat mengatasi persaingan antar mall yang sangat ketat. Hartono Mall Solo merupakan salah satu mall di Kota Solo yang mengusung tema sebagai *lifestyle mall*. Terdapat banyak *tenant* di Hartono Mall Solo yang bisa memenuhi segala kebutuhan gaya hidup pengunjung yang datang. Sehingga pengunjung yang datang tidak perlu berpindah ke mall yang lain karena kebutuhan pengunjung sudah lengkap didalam Hartono Mall Solo. Adanya strategi promosi akan mempermudah perusahaan dalam menyampaikan informasi suatu produk, jasa maupun harga kepada masyarakat. Disamping itu, tujuan dari promosi adalah untuk membujuk, mempengaruhi, dan mengajak konsumen untuk melakukan aktivitas pembelian.

Suatu strategi promosi dapat dikategorikan sukses jika informasi-informasi yang disampaikan dalam promosi dapat meningkatkan minat kunjung serta minat beli masyarakat. Namun demikian, perusahaan tidak selalu berhasil karena alat promosi yang digunakannya kurang tepat ataupun salah. Hal ini terjadi pada Hartono Mall Solo yang sudah menggunakan kegiatan promosi namun pada hari-hari kerja (*weekday*) masih sepi oleh kedatangan pengunjung. Sehingga perusahaan harus bekerja lebih keras untuk memaksimalkan penggunaan alat promosi agar tercapainya strategi promosi yang efektif. Bila saja penggunaan strategi promosi berhasil, maka masyarakat tidak akan ragu untuk memilih Hartono Mall Solo sebagai pusat belanja favorit. Dengan demikian perusahaan akan diuntungkan karena selain melakukan kunjungan, masyarakat yang datang kemungkinan besar juga melakukan aktivitas pembelian. Tak dipungkiri bahwa keberhasilan strategi promosi merupakan tujuan setiap perusahaan. Hal tersebut dapat tercapai jika perusahaan menggunakan strategi promosi yang efektif.

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini mengambil judul **“Strategi Promosi Pada Hartono Mall Solo”**